

УДК 65.65.658

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОЦЕНКА И ПУТИ ДОСТИЖЕНИЯ***А.М. Зинович, 4 курс**Научный руководитель – Н.К. Шестакович, ассистент  
Полесский государственный университет*

На сегодняшний день для того, чтобы как можно дольше удерживать свои позиции на рынке, предприятию необходимо быть конкурентоспособным – это значит знать свои сильные и слабые стороны, использовать весь свой потенциал для занятия лидирующих позиций в отрасли, вести анализ деятельности конкурентов и завоёвывать новые сегменты рынка. Ведь главной целью предприятия является получение прибыли. А её максимизация возможна, если предприятие способно обеспечить рынок конкурентоспособными товарами и услугами, которые смогут наиболее эффективно удовлетворить потребности общества.

Жизнь в условиях конкурентной борьбы – фактор, который определяет: будет ли существовать то или иное предприятие на рынке или нет. Поэтому так важно пристальное внимание уделять таким аспектам, как конкурентоспособность предприятия и конкуренция.

Закон Республики Беларусь № 94-3 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 12 декабря 2013 года направлен на создание условий для развития конкуренции, которая является движущей силой развития объектов и субъектов рынка. Только в условия сильной конкуренции предприятия будут стремиться производить товары или оказывать услуги более высокого качества и по более низким ценам, чтобы удержать свои позиции на рынке [1].

В самом общем смысле под конкурентоспособностью понимается способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей [2, с. 21].

Таким образом, конкурентоспособность организации определяется наличием её конкурентных преимуществ по сравнению с другими организациями, т.е. превосходством конкурентоспособности в области эффективности производства, управления, качества товаров, компетентности и профессионализма персонала. Повышение конкурентоспособности есть цель, конкурентные же преимущества – средства для достижения цели.

Определение насколько же предприятие конкурентоспособно в сравнении с другими организациями, которые производят аналогичную продукцию и существуют на рынке, начинается с оценки уровня его конкурентоспособности. На сегодняшний день выделяют огромное количество методов, которые можно использовать с этой целью. Следует отметить, что в Республике Беларусь нет общепринятой методики оценки конкурентоспособности, которая была бы приемлемой для различных типов организации определенных отраслей.

Наиболее распространёнными методами являются:

1. Методика, основанная на теории эффективной конкуренции. Данная методика даёт наиболее полное представление о конкурентоспособности организации, охватывая наиболее важные аспекты её хозяйственной деятельности.

2. Оценка конкурентоспособности на основе SWOT-анализа. Целью данного метода является оценка сильных и слабых сторон предприятия (внутренней среды), а так же возможностей и угроз (анализ внешней среды).

3. Методика оценки конкурентоспособности организации с использованием конкурентной карты. Данный метод позволяет оценивать конкурентоспособности организации одновременно на основе 2 наиболее важных показателей, определяющих положение организаций на рынке.

4. Методика оценки конкурентоспособности организации с учётом привлекательности отрасли и конкурентного потенциала организации. В методике оценивается конкурентное положение предприятия через такие факторы как форма кооперирования, комбинирование производства, показатели платежеспособности и финансовой независимости предприятия и др.

5. Методика, использующая в качестве основ оценку конкурентоспособности товара (услуги). Та методика основана на утверждении о том, что конкурентоспособность производителя тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции.

6. Оценка конкурентоспособности предприятия путём построения многоугольника конкурентоспособности. Метод построения многоугольника конкурентоспособности предоставляет предприятию возможность графически отобразить достоинства и недостатки – как свои собственные, так и конкурентов – на основе определённого круга показателей.

7. Методика оценки уровня конкурентоспособности организации с учётом имиджа.

В силу постоянного изменения внешней среды, поведения конкурентов и покупателей, нет такого метода, который бы дал возможность прогнозировать уровень конкурентоспособности предприятия на несколько лет вперёд, для выбора наиболее подходящей конкурентной стратегии развития.

На сегодняшний день проблема повышения конкурентоспособности предприятия становится всё более актуальной. Для успешного осуществления своей экономической деятельности и победы в конкурентной борьбе, предприятия должны немало внимания уделить данному аспекту. Существует достаточное количество путей повышения своего уровня конкурентоспособности, некоторые из которых представлены ниже:

1. Рост объёмов продукции.
2. Улучшение качества выпускаемой продукции.
3. Уменьшение расходов. В данном случае в выигрышном положении будет находиться то предприятие, которое поведя определенный комплекс мер достигло меньших затрат, чем конкуренты [3].
4. Обучение и переподготовка персонала.
5. Улучшение условий труда и мотивирование работников. В условиях рыночной экономики «человеческий фактор» становится ключевым элементом роста производительности труда, повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий и организаций.
6. Анализ конкурентов. Для того чтобы предприятие смогло успешно осуществлять свою деятельность, ему необходимо непрерывно получать информацию об его конкурентах и на основе полученной информации, выявлять сильные и слабые стороны, как свои, так и конкурентов и использовать полученные данные для укрепления своих позиций на рынке.

Любое предприятие, которое желает удержать свои позиции на рынке и получить максимальную прибыль, особое внимание должно уделять уровню своей конкурентоспособности, направлять как можно больше усилий на его повышении и постоянно анализировать деятельность своих основных и потенциальных конкурентов. При этом необходимо аккуратно подходить к вопросу выбора стратегии повышения конкурентоспособности и использовать несколько методов сразу, что создаст синергетический эффект и принесёт более успешный результат.

#### **Список использованных источников**

1. Национальный правовой Интернет – портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11300094>. Дата доступа 18.03.2019 г.
2. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 300 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
3. Пути повышения конкурентоспособности предприятия. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2015/C53/019.pdf>. Дата доступа: 19.03.2019 г.